

# LinkedIn für Medienschaffende

## Warum sich das Netzwerk wirklich lohnt

Ist LinkedIn überhaupt relevant für mich? Viele Journalistinnen und Journalisten assoziieren mit dem Business-Netzwerk zunächst die Jobsuche und jede Menge Eigenwerbung. Doch die Plattform kann viel mehr: Sie hilft dabei, gezielt Informationen zu finden, Expertenkontakte zu knüpfen und die eigene Arbeit sichtbarer zu machen. Das immer noch beliebte X (ehemals Twitter) liefert Publizierenden zwar schnelle Reaktionen und Debatten. Dafür punktet LinkedIn mit fundierten Einblicken und nachhaltigeren Kontakten. VON MEIKE LEOPOLD



### LinkedIn auf einen Blick

- 2002 in Kalifornien gegründet
- Über eine Milliarde Mitglieder weltweit
- 25 Millionen im deutschsprachigen Raum
- Monatlich teilen rund 16 Millionen Mitglieder im DACH-Raum Inhalte
- Zwei Präsentationsformen: Persönliche Profile & Unternehmensseiten
- Basisnutzung kostenfrei, Premium-Funktionen gegen Gebühr

### LinkedIn – drei Vorteile für Medienprofis

Von Aldi bis ZDF, von Arnold Schwarzenegger bis Annelena Baerbock – es gibt kaum Branchen oder Persönlichkeiten, die auf LinkedIn nicht vertreten sind. Hier teilen Fachleute ihre Einschätzungen, reichweitenstarke Content Creator setzen Themen, Unternehmen veröffentlichen News und CEOs sprechen über Branchentrends. Selbst die Politik hat LinkedIn längst für sich entdeckt.

- ➔ Davon profitieren Medienakteure auf vielfältige Weise.

### Recherche und Themenfindung

LinkedIn ist ein effektives Recherche-Tool: Expertinnen und Experten sowie Meinungsmachende aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik sind hier aktiv. Oft teilen sie ihre Einschätzungen früher als in klassischen Medien. Über aktuelle Entwicklungen in Arbeitswelt, Wirtschaft und Gesellschaft wird intensiv diskutiert.

- ➔ Wer die mächtige Suche gezielt einsetzt, entdeckt wertvolle Hintergrundinfos und Dialogpartner.

### Kontakte knüpfen und Netzwerk aufbauen

Gute Kontakte sind essenziell für journalistische Arbeit. LinkedIn erleichtert den Austausch mit Redaktionen, Presseverantwortlichen und Fachleuten aus verschiedenen Branchen. Wer sichtbar ist, erhöht die Chance auf spannende Geschichten, Interviewkontakte oder Anfragen für Gastbeiträge.

- ➔ Eine kurze, persönliche Nachricht reicht oft, um neue Verbindungen aufzubauen.

### Neue Aufträge und berufliche Chancen

Freie Medienschaffende sind regelmäßig auf der Suche nach neuen Projekten. Ein professionelles LinkedIn-Profil, das Redaktionen anspricht, macht Expertise sichtbar.

Auch für Moderierende, Speaker oder Fachautoren bietet LinkedIn Chancen: Unternehmen und Veranstalter suchen gezielt nach profilierter Expertise. Rund 77 Prozent der LinkedIn-Nutzenden sagen, dass sie über die

Plattform Entscheidungen für berufliche Zusammenarbeit treffen (LinkedIn Studie, 2023).

- ➔ Regelmäßig Beiträge teilen, um als kompetenter, vertrauenswürdiger Kontakt wahrgenommen – und gefunden zu werden.

### Fünf smarte Wege, LinkedIn optimal zu nutzen

Ein Profil anlegen und abwarten? Für „Karteileichen“ interessieren sich weder die User noch der Algorithmus. Verstehen Sie LinkedIn als eine virtuelle Bühne mit vielen Möglichkeiten, sichtbar zu werden und in den Dialog zu treten – dann sind Sie auf dem richtigen Weg.

#### 1. Gestalten Sie Ihren Auftritt wie einen Pitch

Auch bei LinkedIn gilt: Wer nicht sofort findet, was er sucht, ist schnell wieder weg.

Machen Sie im Header (also dem oberen Bereich Ihres Profils) auf einen Blick klar, wer Sie sind und wofür Sie stehen. Titelbild, Slogan und ein aktuelles, freundliches Profilbild sind Ihre digitale Visitenkarte.

#### 2. Nutzen Sie Ihr Profil voll aus

Ihr LinkedIn-Profil ist mehr als ein digitaler Lebenslauf. Erzählen Sie im Abschnitt „Über mich“, was Sie antreibt. Zeigen Sie Arbeitsproben, listen Sie Fähigkeiten auf, lassen Sie sich empfehlen – so entsteht ein lebendiges, glaubwürdiges Gesamtbild.

#### 3. Teilen Sie regelmäßig Inhalte

Posten Sie Einblicke in Ihre Arbeit, Trends oder Analysen. Vom kurzen Beitrag bis zum eigenen Newsletter – vieles ist möglich. Verwenden Sie Schlagworte (Keywords), damit Ihre Inhalte in der Suche auftauchen.

- ➔ Denken Sie immer auch an Ihre Zielgruppen: Was interessiert Ihre Wunschzielgruppe(n)? Wer einen Perspektivwechsel vornimmt, erhöht die Relevanz der eigenen Inhalte deutlich – und wird eher weiterempfohlen.

#### 4. Bauen Sie Ihr Netzwerk gezielt auf

Vernetzen Sie sich mit Menschen aus Redaktionen, Verbänden und Fachkreisen. Wer sich vorher mit dem Profil seines Gegenübers beschäftigt, erhöht die Chance auf echten Austausch.

# Welcome to

# LinkedIn

## 5. Recherchieren Sie mit System

Nutzen Sie die Suchfunktion, um Themen, Personen oder Organisationen zu finden.

Sie können Ergebnisse nach Standort, Branche oder Aktualität filtern – so kommen Sie schnell zu relevanten Stimmen.

## Fehler vermeiden: So holen Sie mehr aus LinkedIn heraus

Viele schöpfen das Potenzial von LinkedIn nicht aus – oft, weil sie die Plattform falsch einschätzen oder sie nur halbherzig nutzen. Diese drei Fehler sind besonders verbreitet:

- ➔ **Unklare Positionierung:** Wer einen vagen Profiltext hat, wird schwerer gefunden. Beschreiben Sie kurz und konkret, wer Sie sind und worüber Sie berichten.
- ➔ **Nur konsumieren, nicht interagieren:** Wer nur mitliest, bleibt unsichtbar. Kommentare, Likes und Shares bringen oft genauso viel Sichtbarkeit wie eigene Beiträge.
- ➔ **Keine Kontinuität:** Ein starker Start ist gut – aber Sichtbarkeit entsteht durch Regelmäßigkeit. Wer monatelang nichts postet, wird vom Algorithmus kaum beachtet.

## Fazit: LinkedIn lohnt sich auch für Medienprofis

Brauchen Sie als Journalistin oder Journalist LinkedIn?

Ja – wenn Sie Ihre beruflichen Chancen im digitalen Raum aktiv gestalten wollen.

Denn: Sichtbarkeit, Austausch und fachlicher Dialog finden längst nicht mehr nur auf X oder in klassischen Medien statt. LinkedIn bietet eine stabile Plattform, um sich zu positionieren, Themen zu setzen und neue Möglichkeiten zu entdecken. Ein überzeugender Auftritt, relevante Inhalte und kluges Netzwerken zahlen sich aus – auf lange Sicht und oft schneller als gedacht. LinkedIn ist kein Sprint, sondern ein kontinuierlicher Dialog. Wer dranbleibt, wird mit echten Kontakten, Themenideen und oft auch interessanten Anfragen belohnt.



Meike Leopold ist Expertin für digitale Kommunikation und LinkedIn Top Voice. Sie hat bei internationalen Konzernen Blogs aufgebaut und Social-Media-Strategien verantwortet. Als Inhaberin der Agentur „Start Talking“ berät sie Unternehmen aus dem Mittelstand, Konzerne und KMUs. Sie coacht Teams und Führungskräfte für ihren Auftritt im Netz und gibt regelmäßig Workshops und Trainings rund um digitale Kommunikation. Ihre Fachbücher sind unter anderem im Haufe Verlag erschienen.

[www.linkedin.com/in/meikleopold/](https://www.linkedin.com/in/meikleopold/)

## Der PresseClub München auf LinkedIn

LinkedIn ist der Ort für fachlichen Austausch, neue Impulse und Sichtbarkeit im Mediumfeld. Auch der PresseClub München bringt sich hier mit aktuellen Debatten, Hintergründen und Stimmen aus der Branche ein. Wer informiert bleiben und mitreden will, folgt unserem Kanal. QR Code scannen und Follower werden:

